

Licenciatura: **ADMINISTRACION DE EMPRESAS**
 Modalidad: **EJECUTIVA**

Materia: **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**
 Cuatrimestre: **5°**

Clave: **PE-LAE505**
 Horas: **2**

OBJETIVO: Al finalizar el curso el alumno podrá conocer, predecir y modificar el comportamiento de compra del consumidor.

S	CLASE 1	CLASE 2
1	ENCUADRE	UNIDAD I FUNDAMENTOS ELEMENTALES 1.1.- Estudios del comportamiento del consumidor.
2	1.2 Tipos de consumidor	UNIDAD II FACTORES AMBIENTALES 2.1.- Cultura.
3	2.2.- Subcultura.	2.3.- Clases socioeconómica. 2.4.- Grupos sociales. 2.5.- Familia.
4	UNIDAD III INFLUENCIAS PERSONALES 3.1 Percepción del consumidor. 3.2 Motivación.	3.3 Aprendizaje y memoria. 3.4 Actitud y cambio de actitud.
5	UNIDAD IV PROCESOS Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA 4.1 Procesos de compra	4.2 Modelación e investigación de procesos de compra 4.3 Comportamiento del consumidor
6	4.4 Fases del proceso de decisión de compra . 4.5 Investigación del consumidor .	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
7	EXAMEN FINAL	

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron) 2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla). 3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas. 4.-Propiciar Actividades de Interés dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones. 5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teóricamente.
---	---

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluación. 3.Exposiciones
-----------------------------------	---

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
Trabajos Escritos	10%
Actividades aulicas	20%
Trabajos en plataforma educativa	20%
Examen	50%
Total	100%
Escala de calificación	7- 10
Mínima aprobatoria	7